

**PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* SEBAGAI STRATEGI BISNIS
PADA USAHA BIDANG FOTOGRAFI (STUDI PADA HEROO STUDIO
FOTO KABUPATEN GOWA)**

Ahmad Ariyadi
1594042008

Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Makassar
@ahmadariyadi015@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Business Model Canvas* yang saat ini dijalankan oleh Heroo Studio Foto serta memberikan strategi alternatif pilihan untuk mengembangkan usahanya. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan Heroo Studio Foto merupakan bagian dari *Business Model Canvas* yang terdiri dari 9 blok dimana hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan, terdapat empat pilihan strategi untuk Heroo Studio Foto yang terdiri dari *strengths opportunities (SO)*, *weakness opportunities (WO)*, *Strengths threats (ST)*, dan *weakness threats (WT)*. Dari empat pilihan strategi tersebut, strategi yang tepat untuk dikembangkan pada Heroo Studio Foto adalah strategi *Weakness Opportunities (WO)*. Dari hasil pemetaan yang telah dibuat oleh peneliti menggunakan *Business Model Canvas* dan strategi alternatif, peneliti menilai bahwa usaha yang telah dijalankan dapat menerapkan *Bussiness Model Canvas* sebagai model bisnis dan strategi alternatif yang telah diberikan oleh peneliti dapat diterapkan oleh Heroo Studio Foto untuk meningkatkan pendapatan usaha.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Ekonomi Kreatif, Strategi Bisnis.

A. Pendahuluan

Perkembangan perekonomian	perekonomian masyarakat dunia.
semakin cepat seiring dengan	Perkembangan peradaban ekonomi
munculnya potensi ekonomi baru yang	dunia setidaknya terbagi dalam tiga
mampu menopang kehidupan	gelombang ekonomi (Tofler dalam

Hasan, 2018), yakni gelombang ekonomi pertama berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan pertanian, gelombang ekonomi kedua berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan industri, serta gelombang ekonomi ketiga berupa perekonomian yang berbasis teknologi informasi. Setelah gelombang ekonomi ketiga tersebut, bakal muncul gelombang ekonomi keempat atau yang disebut gelombang ekonomi kreatif, yakni perekonomian yang berbasis pada ide-ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif. Fotografi merupakan salah satu diantara 18 subsektor industri kreatif yang akan dikembangkan oleh pemerintah Indonesia yakni arsitektur, design, fashion, film, video, fotografi, kerajinan, layanan komputer dan peranti lunak, musik, pasar barang seni, penerbitan dan percetakan,

periklanan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, serta televisi dan radio. Kabupaten Gowa adalah salah satu kabupaten yang ada di Sulawesi Selatan. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Gowa selama beberapa tahun terakhir cukup baik. Perkembangan UMKM yang terjadi di Kabupaten Gowa saat ini menjadikan sebuah peluang terhadap kegiatan usaha yang berbasis ekonomi kreatif, tidak terkecuali terhadap usaha dibidang fotografi. Saat ini konsep foto bisa menjadi peluang bisnis yang bagus untuk masyarakat yang berminat di bidang wirausaha dengan membuka jasa studio foto yang dapat melayani pelanggan dengan berbagai konsep foto. Heroo Studio Foto adalah salah satu usaha berbasis industri kreatif yang bergerak dibidang fotografi yang ada di Kabupaten Gowa. Heroo Studio Foto

adalah bagian dari HerooCam yang beralamat di Kelurahan Kalebajeng, Kecamatan Bajeng, Kabupaten Gowa. Heroo Studio Foto berdiri sejak pertengahan tahun 2018 tepatnya pada bulan juni 2018. Heroo Studio Foto memiliki fokus pada pelayanan jasa cetak foto dan foto studio yang membuat studio ini menarik adalah dengan fasilitas fasilitas yang dimiliki dimulai dari *layout background*, *editing*, dan *layout interior* yang menarik. Heroo Studio Foto juga berada dilokasi yang strategis dimana berada dijalan poros Makassar-Gowa dan berada diantara beberapa sekolah menengah yang menjadikan studio foto ini ramai dikunjungi khususnya oleh siswa. Namun demikian, dewasa kini seiring perkembangan teknologi banyak sekali tantangan dan hambatan yang dialami usaha studio foto contohnya saja masyarakat kini

dapat melakukan kegiatan berfoto hanya dengan menggunakan *smartphone* yang telah dibekali tambahan kamera yang memiliki berbagai ukuran resolusi untuk mendapatkan hasil foto yang maksimal. Dalam upaya memenangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, maka dari itu setiap pelaku usaha bisnis dibidang fotografi ini dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif guna mengatasi persaingan yang akan terjadi dan dapat memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu cara yang digunakan untuk bisa mempertahankan konsumen adalah dengan menerapkan strategi usaha yang akurat dan tepat sasaran. Jadi, perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan

dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan usaha bisnis haruslah kita mengetahui tentang model bisnis yang digunakan. Model bisnis merupakan gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisai, menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang berkaitan dengan aktivitas organisasi (Osterwalder dan Pigneur, 2012:13). Salah satu konsep model bisnis yang sederhana adalah model yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur yaitu model bisnis kanvas atau lebih dikenal dengan *Business Model Canvas*. Penggunaan *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih akaktif. Penerapan *Business Model Canvas* sangat cocok diterapkan pada Heroo

Studio Foto karena Heroo Studio Foto merupakan UKM masih tergolong baru dan masih dalam proses pengembangan dengan tenaga kerja yang masih minim.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang hasilnya berupa data deskriptif melalui fakta-fakta dari kondisi alami sebagai sumber langsung dengan instrumen dari peneliti sendiri. Hasil penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan/mengkonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai analisis usaha fotografi Heroo Studio Foto. Subjek penelitian ini adalah informan dan penentuan informan dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data

dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan model Miles & Huberman (1992) yang terdiri atas tiga, yaitu reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil Penelitian

1. Penerapan 9 Blok Business Model Canvas.

a. *Customer Segments*

Segmentasi pelanggan Heroo Studio Foto adalah semua kalangan masyarakat, baik perorangan, keluarga dan kelompok masyarakat maupun perusahaan yang membutuhkan jasa studio foto dengan harga yang murah namun tetap memiliki kualitas yang bagus.

b. *Value propositions*

Value propositions (proposisi nilai) dari Heroo Studio Foto

mengutamakan kualitas pelayanan yang prima dengan konsep latar serta kemudahan pemesanan jasa foto tanpa harus ke langsung ke Studio agar konsumen loyal terhadap Heroo Studio Foto.



Gambar 1. Hasil Foto Heroo Studio.

c. *Channels*

elemen *channels* (saluran) yang dimanfaatkan Heroo Studio Foto adalah secara *offline* menggunakan brosur, pamflet, *flyer* dan *online* menggunakan sosial media.



Gambar 2. Pamflet dan sosial media Heroo Studio.

d. *Customer Relationships*

Customer relationship dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, Heroo Studio Foto selalu mengadakan promo serta memberikan potongan harga dengan persyaratan tertentu.

e. *Revenue Streams*

Revenue streams Heroo Studio Foto bersumber dari jasa foto dan video, jasa edit foto serta penyewaan kamera.

f. *Key Resources*

Key resources (sumberdaya utama) yang dimiliki Heroo Studio Foto agar bisa terus berjalan berupa sumber daya fisik serta sumberdaya manusia yang berkompeten dibidang fotografi dan khususnya memiliki akhlak yang baik.

Tabel 1. Daftar peralatan Heroo Studio Foto.

No	Jenis Peralatan	Jumlah Unit
1	Kamera DSLR	10
2	Lensa Kamera	3
3	Flash Trigger	3
4	Pencahayaan (<i>lightin</i>	2
5	Stand Lighting	2
6	Stand Kamera (Tripo	2
7	Komputer	2
8	Latar (<i>background</i>)	10

Data diolah (2019)

g. *Key Activities*

Untuk menciptakan *value proposition*, *key activities* Heroo Studio Foto meliputi proses produksi foto dan video, serta meliputi proses pemasaran.

h. *Key Partnerships*

Key partnerships pada Heroo Studio Foto terdiri dari pemasok barang pemasok barang serta *mentor* untuk menambah kapasitas karyawan Heroo Studio Foto.

i. Cost Structure

Untuk tetap berjalan, Heroo Studio Foto mengeluarkan beberapa biaya yaitu biaya gaji karyawan, biaya penyusutan peralatan, serta biaya yang terkait dengan produksi.

2. Analisis SWOT

a. Strength

Berdasarkan penjabaran *Business Model Canvas* dapat dilihat apa saja yang menjadi kekuatan dari Heroo Studio Foto. Blok *customer relationship* menunjukkan banyaknya promo dan diskon yang diberikan, *blok revenue streams* menunjukkan beberapa macam produk dan jasa yang dimiliki Heroo Studi Foto, serta *key resources* menunjukkan bahwa Heroo Studio Foto memiliki sumber daya yang berkualitas baik itu karyawan maupun alat pemotretan.

Adapun kekuatan utama pada Heroo Studi Foto adalah merupakan

satu satunya foto studio di Kecamatan Bajeng, harga yang ramah bagi semua kalangan serta memiliki hasil foto yang memuaskan.

b. Weakness

Ada beberapa kelemahan atau kekurangan yang harus diperbaiki oleh Heroo Studio Foto seperti ruang tunggu yang harus dibuat nyaman mungkin untuk pelanggan, property foto yang harus diperbanyak serta pendingin ruangan yang harus dimaksimalkan.

c. Opportunities

Opportunities merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang atau kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan peluang untuk berkembang di kemudian hari. Heroo Studio Foto adalah satu-satunya Studio Foto yang ada di Kecamatan Bajeng sehingga Heroo Studio Foto

dapat peluang untuk meningkatkan pelanggan khususnya masyarakat Kecamatan Bajeng. Hal lain yang menjadi peluang dari Heroo Studio Foto dilihat dari segi lokasinya yang berapa dekat dengan beberapa sekolah dan instansi pemerintahan. Pada *key partnership* menunjukkan bahwa Heroo Studio Foto memiliki banyak rekan kerjasama yang dapat menambah kapasitas heroo studio foto, seperti rekan fotografer, pemasok bahan baku, dan sekolah sekolah fotografer.

d. Threat

Berdasarkan penjabaran *Business Model Canvas* dapat dilihat beberapa ancaman yang dimiliki Heroo Studio Foto. Pada blok *cost structure* menunjukkan bahwa terbatasnya modal yang dimiliki Heroo Studio Foto sehingga harus mencari

pendanaan baik itu dari perorangan atau instansi lain.

D. Pembahasan

1. Penerapan *business model canvas* pada Heroo Studio Foto kabupaten Gowa.

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang (Osterwalder dan Pigneur, 2012). Adapun sembilan (9) blok bangunan dalam *Business Model Canvas* adalah sebagai berikut: 1) *Customer Segment* (segmentasi pelanggan), 2) *Value Proposition* (proposisi nilai), 3) *Channel* (saluran), 4) *Customer Relationship* (hubungan pelanggan), 5) *Revenue Streams* (arus pendapatan), 6) *Key*

Resources (sumber daya utama), 7) *Key Activities* (aktifitas kunci), 8) *Key Partnership* (kemitraan utama), 9) *Cost Struktur* (struktur biaya).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Heroo Studio Foto jika di terapkan dalam *business model canvas* yang terdiri dari 9 blok, blok-blok yang terdapat pada Heroo Studio Foto tersebut diantaranya adalah elemen *customer segment*, yang menjadi segmen target dari Heroo Studio Foto adalah semua kalangan masyarakat yang membutuhkan jasa studio foto dengan harga yang murah namun tetap memiliki kualitas yang bagus khususnya masyarakat di Kecamatan Bajeng. Elemen *value proposition* Heroo Studio Foto mengutamakan kualitas pelayanan yang prima dengan konsep latar yang beragam serta kemudahan pemesanan jasa foto

tanpa harus ke langsung ke Studio agar konsumen loyal terhadap Heroo Studio Foto. Elemen *channel* yang dimanfaatkan Heroo Studio Foto adalah secara *offline* menggunakan brosur, pamflet, *flyer* dan *online* menggunakan sosial media. Elemen *customer relationship* dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, Heroo Studio Foto selalu mengadakan promo serta memberika potongan harga dengan persyaratan tertentu.

Elemen *revenue streams* Heroo Studio Foto bersumber dari jasa foto dan video, jasa edit foto serta penyewaan kamera. Elemen *key resources* (sumberdaya utama) yang dimiliki Heroo Studio Foto agar bisa terus berjalan berupa sumber daya fisik serta sumberdaya manusia yang berkompeten dibidang fotografi dan khususnya memiliki akhlak yang

baik. Elemen *key activities* Heroo Studio Foto meliputi proses produksi foto dan video, serta meliputi proses pemasaran. Elemen *key partnerships* pada Heroo Studio Foto terdiri dari pemasok barang pemasok barang serta *mentor* untuk menambah kapasitas karyawan Heroo Studio Foto dan elemen *cost structure* Heroo Studio Foto yaitu biaya gaji karyawan, biaya penyusutan peralatan, serta biaya yang terkait dengan produksi.

2. Pengembangan strategi bisnis pada Heroo Studio Foto.

Rangkuti (2006) berpendapat bahwa strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Selanjutnya menurut Pearce dan

Robinson (2008) berpendapat bahwa manajemen strategi adalah satu set keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk meraih tujuan suatu perusahaan.

Menurut Stoner, Freeman, dan Gilbert, Jr. (1995) dalam Tjiptono (1997 : 3), konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda yaitu: (1) dari perspektif apa suatu organisasi ingin dilakukan (*intends to do*), dan (2) dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Setelah penerapan business model canvas dan dilakukan analisis SWOT, terdapat empat pilihan strategi untuk Heroo Studio yang terdiri dari *strenghts opportunities* (SO), *weakness opportunities* (WO), *strenghts threats* (ST), dan *weakness*

threats (WT). Dari empat pilihan strategi tersebut, strategi yang tepat untuk dikembangkan pada Heroo Studio Foto studio strategi **Weakness Opportunity** (WO) karena strategi ini dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada pada Heroo Studio Foto dan memaksimalkan peluang yang dimiliki. Usaha ini masih memiliki peluang yang bagus karena memiliki konsumen yang potensial adapun strategi alternatif dari **Weakness Opportunity** sebagai berikut:

- 1) Menjalni kerjasama dengan instansi pendidikan dan instansi pemerintahan yang ada di Kecamatan Bajeng.
- 2) Menjaga kepercayaan pelanggan dengan kualitas produk dan layanan yang maksimal.

- 3) Ruang tunggu Heroo Studio Foto harus senyaman mungkin bagi pelanggan.
- 4) Latar foto dan *property* foto Heroo Studio Foto dimaksimalkan.
- 5) Kualitas SDM yang profesional.
- 6) Papan pemberitahuan dua arah didepan Heroo Studio Foto.
- 7) Inovasi dan *networking* senantiasa dilakukan.
- 8) Kapasitas komputer dan peralatan Foto senantiasa diperbaharui.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Penerapan Heroo Studio Foto dalam *business model canvas* meliputi 9 blok adalah elemen *customer segment*, elemen *value proposition*, elemen *channel*, elemen *customer relationship*, elemen

revenue streams, elemen *key resources* (sumberdaya utama), elemen *key activities*, elemen *key partnerships* dan elemen *cost structure*.

Setelah penerapan *business model canvas* serta menggunakan analisis SWOT yang dilakukan, strategi yang tepat untuk dikembangkan pada Heroo Studio Foto adalah strategi **Weakness Opportunity** (WO) karena strategi ini dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada pada Heroo Studio Foto.

2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Heroo Studio Foto

- 1) Heroo Studio perlu memperhatikan kenyamanan dari konsumen dan harus melengkapi

fasilitas yang ada agar konsumen nyaman dengan kondisi di Heroo Studio Foto.

- 2) Heroo Studio Foto perlu memperhatikan setiap aktivitas dalam usahanya dan mengembangkan strategi-strategi usaha dengan menggunakan *business model canvas*.

DAFTAR PUSTAKA

- Athia Itha, dkk. 2018. Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Untuk Mendorong Mindset Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*. 2 (1): 66-75.
- Chrimastianto, Imanuel Adhitya Wulanata. 2017. *Analisis Swot Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 20 (1), 133-144.
- Detiana, Tita. 2011. Analisis Pengaruh rasio Keuangan, Pertumbuhan, Penjualan, dan Dividen, Terhadap harga saham. *Jurnal Bisnis dan Akutansi*. 13 (1): 57-66.
- Donal E. Kieso, dkk. 2008. *Akuntansi Intermediate*, Edisi ke

- Dua Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Fandi Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran, Yogyakarta : Andi.
- Hasan, Muhammad. 2018. Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. 1(1): 81-86.
- Henry, C. (2009). *Women and the Creative Industries: Exploring the Popular Appeal*. *Creative Industries Journal*, 2 (2), 143-60.
- Higgs, P. & Cunningham, S. (2008). *Creative Industries Mapping: Where have We Come from and Where are We Going?* *Creative Industries Journal*. 1(1), 7-30.
- Kasali, Rheinald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kemenparekraf. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan dan pengendalian*. Jilid 1. Edisi Kelima. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran (Analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol)*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Edisi 6. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Strategic Marketing for Education Institution*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Buku 1 Edisi kesebelas. Drs Benjamin Molan, trans. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lukas Meylan F., dkk. 2018. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Belanja Langsung di Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 18 (3): 93-103.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moleong, L.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur. 2012. *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Prasetyo, Dwi. 2016. *Penerapan Business Model Canvas Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis di Dalam Pengembangan*

- Kegiatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Tahun 2015 (Studi pada Ukm Home Industry Tempe di Kota Bandar Lampung)*. Skripsi. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Putriani, Dian. 2017. *Analisis Swot Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bersaing Pada Produk Asuransi Jiwa Perorangan Ajb Bumiputera 1912 Kpr Pekanbaru*. Riau : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Pearce II, John A. & Robinson Richard B.Jr. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Edisi Keduabelas). Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Edisi Keenam Belas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rintamaki Timo & Hannu Kuusela. 2007. *"Identifying Competitive value proposition in retailing"* *Managing Service Quality*. Vol. 17 No 6, pp 621-634
- Royan, Frans. 2014. *Bisnis Model Kanvas Distributor*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, Izhar Alfi. 2018. *Penerapan dan Pengembangan Business Model Canvas pada Usaha Jasa Penggilingan Padi (Studi pada Ukm P.P Jasmani)*. Skripsi. Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Sari, Novita. 2018a. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kerajinan Tradisional Jambi (Studi kasus : Rengke Suku Anak Dalam)*. Jambi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi .
- Sari, Novita. 2018b. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi*. Jambi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
- Sitio, Vera Sylvia Saragi. 2017. *Strategi Bisnis Model Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Di Industri Kecil dan Menengah (IKM) Bir Pletok Bu Lina Di Kelurahan Ciracas, Jakarta Timur)*. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*. 2 (01): 36-51.
- Suparmin, dkk. 2017. *Eksplorasi Sub-Sub Sektor Industri Kreatif Di Pusat-Pusat Keramaian Kabupaten Kulon Progo. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin ilmu & Call For Paper Unisbank Ke-3*. Yogyakarta. 712-720.
- Tim PPM Manajemen. 2012. *Business Model Canvas*

Penerapan di Indonesia. Jakarta:
PPM.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi
Pemasaran.* Edisi Kedua.
Yogyakarta: Andi Offset.